

УДК 657.424

М. І. Бондар, д-р екон. наук, доц.,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ВИЗНАННЯ ГУДВІЛУ ПРИ ПРИДБАННІ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ЙОГО ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ

АНОТАЦІЯ. Обґрунтовано основні підходи до визнання гудвілу та його вартісного оцінювання. Визначено об'єктивні та суб'єктивні чинники, що призводять до виникнення гудвілу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: гудвіл, вартість, оцінювання, інтелектуальна власність.

АННОТАЦИЯ. Обоснованно основные подходы к признанию гудвилла и его стоимостного оценивания. Определенно объективные и субъективные факторы, которые приводят к возникновению гудвилла.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: гудвилл, стоимость, оценивание, интеллектуальная собственность

ANNOTATION. The main approaches of goodwill definition and it's value estimation were justified. Subjective and objective causes lead to goodwill emerging were determined.

KEY WORDS: goodwill, value, estimation, intellectual property.

Розвиток ринкових умов підприємництва передбачає рух капіталу підприємства на основі зміни власників шляхом придбання та поглинання підприємства. На основі факту здійснення придбання підприємства як цілісного майнового комплексу може виникати різниця сукупної вартості ідентифікованих активів та загальної вартості підприємства, що регулюється гудвілом, визначення вартості якого для подальшого відображення в обліку є неоднозначним, що залежить від досконалості вартісного оцінювання інших активів.

Дослідженню питань оцінювання активів, підприємств як цілісного комплексу приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні

вчені-економісти: В. М. Костюченко, Л. Г. Ловінська, А. Раппопорт, О. Г. Мендрул, У. Ф. Шарп та ін. Проте, незважаючи на вагомі результати наукових досліджень, економічний розвиток та впровадження нових видів активів і технологічних процесів потребує постійного вдосконалення процесу оцінювання активів, що відображаються в публічній фінансовій звітності, на основі якої приймаються управлінські рішення.

Метою даної статті є визначення методичних підходів до визнання та оцінювання гудвілу з метою його відображення в обліку і звітності.

Враховуючи існуючі підходи до визначення вартості активів на основі їх справедливої вартості визначення «гудвілу», на основі його виокремлення від вартості інших активів є практично неможливим, що й обумовлює проблему обліку гудвілу.

Історично поняття гудвіл виникло для відображення різниці між ціною придбання і вартістю матеріальних активів придбаного підприємства, за вирахуванням його зобов'язань при об'єднанні балансів цих підприємств. Такий гудвіл фіксується тільки в системі бухгалтерського обліку («бухгалтерський гудвіл»). Економічний підхід під гудвілом передбачає деякі активи (кваліфікація персоналу, технології, високий рівень менеджменту й ін.), які відрізняються від звичайних активів тим, що не існує достовірних способів їх виділення з маси інших активів і оцінки їх вартості. Терміном «гудвіл» ці активи поєднуються в одну групу, і за допомогою нього виникає можливість їх ідентифікації і оцінки. Тобто гудвіл — це переваги, які отримує покупець при купівлі вже існуючого і діючого підприємства порівняно зі створеною новою самостійною фірмою.

Досліджуючи сутність гудвілу І. І. Просвірина пропонує визнати три типи гудвілу: економічний, бухгалтерський і фінансовий, виділяючи при цьому основні принципові відмінності між економічним і бухгалтерським [6, с. 15—16]:

— економічний підхід допускає можливість розрахунку гудвілу (або його складових) діючого підприємства, а стандарти бухгалтерського обліку визнають можливість оцінки гудвілу лише тільки при придбанні підприємства;

— в економічному підході гудвіл має економічний зміст у вигляді активу, стандарти ж бухгалтерського обліку розглядають гудвіл як умовну величину, що розраховується за певними правилами;

— економічний гудвіл прагне до усунення, оскільки досвід оціночної діяльності дозволяє оцінити все більшу кількість невідчутних активів, що включаються до гудвілу. Бухгалтерський гудвіл при цьому не скорочується, оскільки ці активи не визнаються стандартами звітності.

Досліджуючи вітчизняне законодавство, слід визнати про неоднозначність його трактування відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» та діючими П(С)БО.

Згідно основних документів, що регулюють бухгалтерський облік визначення гудвілу, наведено у табл. 1 [6, с. 61].

Таблиця 1

ВИЗНАЧЕННЯ ГУДВІЛУ В СТАНДАРТАХ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Стандарт	Визначення терміну
МСФЗ (IFRS) 3 Об'єднання підприємств	Гудвіл, що виникає при об'єднанні підприємств, — це сплачена покупцем сума, що перевищує ринкову вартість придбання в очікуванні майбутньої економічної вигоди. Гудвіл — це перевищення вартості придбання над придбаною часткою в справедливій вартості ідентифікованих придбаних активів, що є нероздільним від придбаного підприємства. Фактична вартість гудвілу — це вартість придбання за мінусом різниці справедливої вартості ідентифікованих активів, зобов'язань і умовних зобов'язань.
US GAAP, SFAS 142 Гудвіл та інші невідчутні (неосязаемые) активи	Гудвіл — це перевищення вартості придбаного підприємства над вартістю його ідентифікованих активів за вирахуванням зобов'язань.
П(С)БО 19 Об'єднання підприємств	Гудвіл — це перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів та зобов'язань на дату придбання

О. Г. Мендрул визначаючи гудвіл особливим нематеріальним активом відзначив такі його основні характеристики:

- він невіддільний від підприємства і не може бути проданий окремо;
- є присутнім тільки за наявності надлишкових доходів;
- виступає у вигляді активу, що не амортизується [3, с. 107].

Погоджуючись загалом з першими двома характеристиками гудвілу, слід заперечити останню характеристику, оскільки вартість гудвілу, на сьогодні, амортизується.

На перші два рівні характеристик гудвілу можна виділити такі елементи, як здібність до праці (знання, кваліфікація, компетенція персоналу), підприємницька спроможність (організаторська спроможність, знання, кваліфікація, компетенція менеджменту), внутрішньофірмова організація. Тільки такі основні елементи дадуть змогу отримувати «надлишкові» прибутки, підвищуючи цим вартість підприємства, і як наслідок — гудвілу.

Оцінивши та узагальнивши зміст наведених визначень, можна зробити висновок, що гудвіл визначається у разі придбання ідентифікованих активів, тобто окремих об'єктів на дату їх придбання. Таким чином, гудвіл визначається при зовнішньому придбанні активу, і відповідно до П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» первісна (балансова) вартість гудвілу в бухгалтерському обліку амортизується, але з розрахунку не більше 20 років.

С. Ф. Голов виділяє відмінності між МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» і П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», які стосуються оцінювання гудвілу за собівартістю, за мінусом накопичених збитків від зменшення корисності, що передбачає необхідність покупцеві щорічно (або частіше) перевіряти на зменшення корисності [1, с. 217]. Поділяємо думку автора про доцільність врахування в МСФЗ того, що у ході приватизації підприємства не може визначатись гудвіл.

Дедалі більше дискусійним є виділення гудвілу, як окремої категорії в плані рахунків та фінансовій звітності підприємства, а також його розмежування з нематеріальними активами. Поділяємо думку І. І. Просвіриної щодо наявності умовного розподілу гудвілу від товарного знаку, а також що частина гудвілу притаманна майну підприємства, а інша частина — визначена довірою до власника, менеджера [6, с. 64—65]. Автор застерігає щодо застосування терміну «гудвіл» або «ділова репутація».

Вивчивши історію становлення в бухгалтерському обліку «нематеріальних активів», слід звернути увагу, що дане поняття виникло у вітчизняній практиці бухгалтерського обліку наприкінці 80-х років минулого століття. Цей період визначається дефіцитом інвестиційних ресурсів і пошуком іноземних інвесторів, які вимагали юридичного оформлення фактів інвестування з

використанням різних видів ноу-хау. Тенденція виникнення розбіжностей у вартості підприємства при його придбанні зумовлюється як факторами, що оцінюють інвестиційну привабливість (що наведено в попередніх розділах) так і втратою обліку різного виду ноу-хау, що запроваджені підприємством.

Отже, розмежування гудвілу з окремими нематеріальними активами, є умовним. З боку інвестора, зацікавленість у відхиленні інвестиційної вартості від ринкової вартості сукупності ідентифікованих активів (особливо у разі завищення першої) полягає в уточненні щодо яких видів активів є завищення вартості. Російські фахівці А. Н. Козирєв і В. Л. Макаров з цього приводу і пропонують у випадку обліку гудвілу, пов'язувати його вартість з певними ідентифікованими активами, перш за все — товарними знаками [2, с. 20].

Такий підхід дозволить розробити альтернативні та прийняти оптимальні варіанти рішень при визначенні вартості підприємства.

В економічній літературі як окрема категорія фінансів виділяється «невідчутні активи», під якими розуміються ресурси, що утворюються в результаті використання знань, кваліфікації і здібностей персоналу та менеджменту в процесі діяльності щодо створення внутрішньофірмової організації підприємства та приносять дохід. Невідчутні активи володіють наступними ознаками [7, с. 19—20]:

1) виникають у результаті виконання контрактних зобов'язань щодо реалізації знань і кваліфікації персоналу та менеджменту у внутрішньофірмових активах (структурах управління, базах даних, нових клієнтах тощо);

2) процес їх накопичення носить безперервний характер;

3) право розпорядження цими активами належить підприємству;

4) віддача від їх використання відбувається у вигляді створення частини додаткової вартості;

5) не від'ємні від підприємства через високий ступінь специфічності.

На думку І. І. Просвіриної, «невідчутні активи» створюються для конкретного підприємства поступово, протягом всього періоду його функціонування, з урахуванням його специфіки і мети та оплачуються поетапно або після виконання роботи [6]. Виключенням є продаж результатів інтелектуальної діяльності у вигляді готових патентів і ліцензій. Не дивлячись на тривалий характер використання невідчутних активів, вкладення в них є оборотними коштами, аналогічно до оренди основних засобів. Оплата витрат на створення і розвиток невідчутних активів

проводиться за рахунок багатократного використання цих інвестицій. Отже, вкладення в невідчутні активи відбувається за типом оборотних коштів.

Щодо визначення такого поняття, як «невідчутні активи» слід зауважити, що дане визначення не може існувати поряд із гудвілом, оскільки їх розмежування практично неможливе. Відсутність методів, способів та прийомів, які б забезпечили оцінку їх фактичної вартості, не дозволяє їх відображати у фінансовій звітності підприємства, проте вважаємо за можливе, як додаткову інформацію, наводити в річній фінансовій звітності дані, які на погляд менеджменту підприємства підвищують його рейтинг, інвестиційну привабливість. Для цього можна передбачити позабалансовий рахунок «невідчутні активи», а при розкритті інформації по даному рахунку необхідно розкривати способи оцінки вартості «невідчутних активів». Застосування такого підходу дозволить визначати ефективність діяльності менеджменту підприємства, можливість застосування ресурсів оточуючого середовища.

Досконалим, з нашої точки зору є внесення змін щодо вилучення в Україні з об'єктів обліку негативного гудвілу. В міжнародній обліковій практиці існують різні підходи щодо визнання негативного гудвілу для цілей обліку (табл. 2.) [4; 6, с. 67].

Таблиця 2

ВИЗНАННЯ НЕГАТИВНОГО ГУДВІЛУ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Назва країни	Підстава для застосування	Зміст негативного гудвілу
США	APB Opinion 16, par.67	Негативний гудвіл виникає рідко в силу того, що на початку він пропорційно зменшує вартість необоротних активів, а лише його залишок відображається як негативний гудвіл (який обліковується як доходи майбутніх періодів)
Великобританія	ASC, Accounting for Goodwill ED 47, Par.30	Як «несприятливе розташування» підприємства
	МСФЗ (IFRS) 3 Об'єднання бізнесу	Визнання негативного гудвілу не передбачено

Росія	ПБО14/2000 нематеріальних активів	Облік	Знижка з ціни, що відноситься на доходи майбутніх періодів
-------	--------------------------------------	-------	---

Згідно МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу», від початку першого річного періоду, що розпочинається 31 березня 2004 року або пізніше облік раніше визнаного негативного гудвілу припинено із здійсненням відповідних коригувань вхідного залишку нерозподіленого прибутку.

На основі визнання в бухгалтерському обліку гудвілу, можна зробити висновок, що права на нього виникають у підприємства тільки в результаті певних цивільно-правових операцій, наприклад, на основі договору купівлі-продажу. Проте сам договір купівлі-продажу не може бути основою для виникнення у підприємства прав, оскільки об'єктом даного договору є не майнові права, а окремі (конкретні) об'єкти. Такий підхід підтверджує існуючий у теорії та практиці вітчизняного обліку принцип превалювання юридичної форми над економічним змістом, який не завжди себе виправдовує, оскільки при включенні активів підприємства до певного виду у бухгалтерському обліку потрібно враховувати економічний зміст і мету придбання майна.

Окрім вказаних неузгоджень, під час оцінки об'єкта інвестування потрібно враховувати і той факт, що гудвіл може перестати бути активом у будь-який момент через втрату домінуючої позиції на ринку товарів, зменшення ділової репутації, звільнення провідних спеціалістів та інших причин. У такому випадку він списується на витрати підприємства (ст.12 П(С)БО-19).

Обґрунтовуючи сутність гудвілу, О. Г. Мендрул пропонує визначати вартість гудвілу на основі формули [3, с. 109]:

$$G = \sum_{i=1}^I A_{ni} - \sum_{j=1}^J A_{nj},$$

де G — вартість гудвілу;

A_{ni} — вартість i -го нематеріального активу ($i = 1 \dots I$);

A_{nj} — вартість j -го віддільного нематеріального активу, яку можна віднести саме до цього активу ($j = 1 \dots J$).

Пропозиція вченого не повністю завершена, оскільки основна проблема не в арифметичному розрахунку вартості гудвілу на основі вартості нематеріальних активів, а основна суть оцінки

гудвілу полягає в тому, від яких базових активів залежить вартісне відхилення, що вважається гудвіл. Недосконалий підхід до виокремлення гудвілу може призвести до заниження (завищення) інших активів підприємства.

На основі вивчення економічної літератури можна виділити два основні підходи до відображення в світовій практиці гудвілу як активу, в системі бухгалтерського обліку: здійснення капіталізації гудвілу шляхом відображення його в балансі як нематеріального активу тривалого використання з амортизацією або без амортизації.

Відповідно до п. 55 МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу», гудвіл, що придбаний у результаті об'єднання бізнесу, не підлягає амортизації. Натомість, покупцеві слід перевіряти гудвіл на зменшення корисності щорічно або частіше, якщо події чи зміни обставин свідчать про можливість зменшення його корисності відповідно до МСБО 36 «Зменшення корисності активів».

Поряд з гудвілом, який тривалий час відображався на рахунку нематеріальних активів, слід відмітити і недосконалість застосування терміну «інтелектуальна власність». Відповідно до ст. 41 Закону України «Про власність» об'єктами права інтелектуальної власності є твори науки, літератури та мистецтва, відкриття, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, раціоналізаторські пропозиції, знаки для товарів і послуг, результати науково-дослідних робіт та інші результати інтелектуальної праці [5].

Подібний підхід до поняття «інтелектуальна власність» у цілому є адекватним, проте викликає сумнів визнання «інших результатів інтелектуальної власності», а саме, що можна включати до нематеріальних активів.

На даний час існують достатньо складні математичні моделі оцінювання вартості (в основному західні), не достатньо пристосовані до вітчизняної практики та використання в бухгалтерському обліку.

До способів оцінки нематеріальних активів, що рекомендуються західними спеціалістами, відносяться:

- самостійне отримання конкурентної інформації (тобто даних про фактично здійснені операції з приводу реалізації активів, що є аналогічними до об'єктів оцінювання);
- отримання інформації про ціну аналогічного об'єкта інтелектуальної власності від спеціалізованих брокерів;

• ініціювання переговорів з приводу продажі об'єкта, що оцінюється з потенційними його покупцями з метою досягнення хоча б попередньої задокументованої домовленості з ними про ціну даного активу.

Проте, вказані способи не завжди можна застосувати на вітчизняному ринку, оскільки актив може не відноситись до біржових товарів, відсутні аналогічні об'єкти [8, с. 83—85].

Висновки. Таким чином, у процесі придбання підприємства виникає потреба у вдосконаленні оцінювання активів з урахуванням його «ділової репутації». Втім на практиці, в процесі здійснення експертної оцінки підприємства це не враховується, а сама оцінка проводиться на основі традиційних підходів до оцінки ефективності використання винаходів та інших подібних до них об'єктів.

У зв'язку з цим доцільно запроваджувати в вітчизняну практику принципово нові методичні підходи оцінки вартості активів підприємства, які б наближували сукупну їх вартість до вартості підприємства загалом.

Література

1. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: Монографія. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 522 с.
2. Козырев А. Н., Макаров В. Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. — М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. — 368 с.
3. Мендрул О. Г. Управління вартістю підприємств: Монографія. — К.: КНЕУ, 2002. — 272 с.
4. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2004 / Переклад з англ. за ред. С. Ф. Голова / — К.: Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2005. — Ч. 1. — 1304 с.
5. Про власність: Закон України від 7 лютого 1991 року № 697-ХІІ.
6. Просвирина И. И. Категория гудвила в практике учета и оценки // Финансовый менеджмент. — № 1. — 2006. — С. 60—73.
7. Просвирина И. И. Методология формирования неосязаемых активов предприятий: Автореф. дис. докт. экон. наук: 08.00.10 / Просвирина Ирина Игоревна, Инст. экон. Уральского отд. Рос. Акад. — Екатеринбург, 2006. — 42 с.
8. Тверитнева Н. Н. Экономическая оценка эффективности инвестиций в инновационную деятельность, направленную на улучшение экологии мегаполисов. Спец. 08.00.05. / Н. Н. Тверитнева /

Дис. на соиск. степ. канд. экон. Наук — М.: Московский инст.ком. хоз. и строит., 2002.
Статтю подано до редакції 26.06.10 р.

VI ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ

УДК 659.113.3

Т. В. Блудова, д-р екон. наук,
А. Завірюха,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

МОДЕЛЮВАННЯ ДОХОДУ ПІДПРИЄМСТВА-ВИРОБНИКА ПРОДУКЦІЇ З УРАХУВАННЯМ РЕКЛАМНИХ АСИГНУВАНЬ

АНОТАЦІЯ. У статті розглядається побудова функцій прибутку двох учасників каналу збуту взаємопов'язаних кооперативною рекламою: підприємства — виробника продукції і підприємства продажу продукції. За допомогою введеної системи змінних ці функції зведені до безрозмірного вигляду. Приведено блок-схему кооперативної реклами в системах постачань продукції. У загальному вигляді побудовано поверхню, а також лінії рівня функції реакції рекламних асигнувань для різних значень параметрів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: дохід, оптимізація, безрозмірний, кооперативна реклама.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается построение функций прибыли двух участников канала сбыта взаимосвязанных кооперативной рекламой: предприятия — производителя продукции и предприятия — продавца продукции. С помощью введенной системы переменных, эти функции сведены к безразмерному виду. Приведено блок-схему кооперативной рекламы в системах поставок продукции. В общем виде построено поверхность, а также линии уровня функции реакции рекламных ассигнований для различных значений параметров.